



## **CERTIFICACIÓN EN PROTECCIÓN AL CLIENTE**

*Reporte Crédito con Educación Rural - CRECER*

*La Paz, Bolivia*

*Certificado en Enero de 2014*

Misión Realizada por Planet Rating

## Ejemplos selectos de mejores prácticas

*"Las instituciones financieras certificadas han demostrado su compromiso y práctica para tratar a las personas a quienes le prestan servicios de manera justa. Estas instituciones contribuyen a que ésta sea una industria que prioriza el cuidado del cliente."*

- *Isabelle Barrès, Directora, the Smart Campaign*

Este documento fue preparado por Planet Rating, certificador licenciado del Programa de Certificación de Protección del Cliente del Smart Campaign (Certificación CPP, por sus siglas en inglés). Contiene extractos del análisis de la evaluación llevada a cabo en CRECER, certificada en protección al cliente en Enero 2014. CRECER es una institución que brinda servicios financieros integrados a servicios de desarrollo.

Las misiones de certificación implican, primero, una revisión de las políticas y procedimientos, seguido por una visita en la institución, que incluye entrevistas con el personal y discusiones en *focus group* con los clientes. El certificador busca evidencia del cumplimiento de los [Principios de Protección al Cliente](#), según los [estándares](#) relacionados con cada principio, en las políticas institucionales, procedimientos, sistemas, cultura organizacional y el comportamiento del personal. Para obtener la certificación, la institución debe cumplir con todos los estándares de protección al cliente. Sólo las organizaciones que pasan la certificación se darán a conocer de forma pública. La certificación tiene una vigencia máxima de dos años, luego de la cual debe someterse a una nueva misión de certificación.

Este resumen presenta fragmentos seleccionados del análisis realizado, que abarca 30 estándares de protección al cliente. La evidencia presentada tiene la intención de ilustrar cómo pone en práctica la institución evaluada los [estándares de certificación](#). Recomendamos la lectura de este informe como referencia a los estándares de protección al cliente. Para obtener más información sobre el programa de certificación y una lista de las organizaciones certificadas por favor visite el sitio web del Smart Campaign <http://www.smartcampaign.org/certification>

Si tiene cualquier pregunta o comentario sobre este reporte, por favor contacte a:  
PlanetRating

44, rue de Prony 75017 Paris - France

Tel: +33 (0) 1 49 21 26 31

## Ejemplos selectos de mejores prácticas

[rating@planetrating.com](mailto:rating@planetrating.com)

[www.planetrating.com](http://www.planetrating.com)

## Ejemplos selectos de mejores prácticas

### Principio de Protección al Cliente 1 - Diseño y distribución apropiada de productos

- CRECER realiza muchos esfuerzos para conocer la voz del cliente. La institución implementa varias herramientas de investigación de mercados como sondeos, grupos focales, encuestas, pilotos, estudios internos y externos con los clientes para evaluar los resultados e impactos de sus servicios. Fruto de los mismos se valida y se ajusta el diseño y/o forma de entrega de los servicios.
- CRECER cuenta con una política adecuada sobre las garantías que incluye los principales lineamientos (registro, valoración, entre otros). Además, en la práctica la gran mayoría de créditos se otorgan con garantías sociales como es el caso de la Banca Comunal. Los asesores de crédito tienen la obligación de explicar el papel de las garantías desde la promoción del crédito.

### Principio de Protección al Cliente 2 - Prevención del sobre-endeudamiento

- CRECER ha implementado una metodología de créditos pertinente para el crédito de Banca Comunal. De hecho, la etapa de formación de los grupos y la solidez de la garantía solidaria, basada en la solvencia moral de los miembros, son de gran importancia para CRECER para esta metodología.
- CRECER verifica en la central de riesgos interna y externa el nivel de endeudamiento de los clientes, primero a nivel del grupo y luego como un filtro en CRECER previo al desembolso. De igual manera, para los créditos individuales se revisa la información de la central de riesgos
- La metodología de crédito individual considera una evaluación de la capacidad de pago suficiente, donde se evalúan los gastos e ingresos de la unidad familiar. Asimismo, se toma en consideración el endeudamiento real y potencial como garantías y tarjetas de crédito y se han fijado límites al apalancamiento del cliente. Esta evaluación también aplica para el garante. La evaluación se realiza en campo por el asesor de crédito.
- CRECER ha implementado varios mecanismos positivos que promueven la correcta aplicación de la metodología: socialización suficiente a través de la inducción y capacitación al Asesor de Crédito, Comités de Crédito, sistema de evaluación del Asesor de Crédito, rotación de cartera o reemplazo por vacaciones o permisos donde se evalúa la cartera del Asesor de Crédito, visitas a clientes y de expedientes por Riesgos y Auditoría Interna y monitoreo periódico a nivel consolidado por Riesgos con informes personalizados.

### Principio de Protección al Cliente 3 - Transparencia

- CRECER ha instalado carteles visibles con los tarifarios de los productos crediticios, en los cuales se detalla la tasa de interés total por producto y por moneda. De igual manera, han publicado sus precios en la página web.
- CRECER proporciona información al cliente con el fin de que tomen una decisión crediticia informada. El hecho que los clientes estén bien informados sobre las condiciones del crédito es una preocupación a nivel institucional. Para los créditos individuales, el cliente recibe el contrato de préstamo, las pólizas de seguro de desgravamen y vida así como un plan de pago detallado que diferencia la fecha, el monto, plazo y la tasa APR. Además, se lee las principales condiciones crediticias y se brinda un tiempo para que el cliente pueda realizar sus consultas antes y después de la firma del contrato. Para la Banca Comunal, se realizan reuniones informativas previas al desembolso, se explican a todos los miembros del grupo todas las condiciones y los precios de los créditos externos e internos, los tipos de ahorros,

## Ejemplos selectos de mejores prácticas

la garantía solidaria y el micro-seguro. Además, la mesa directiva recibe un plan de pagos general que diferencia la fecha, el monto, plazo, la tasa APR y ahorros que componen cada cuota. Mientras que cada socia recibe un plan de pago individual detallado con el APR respectivo. Asimismo, este plan contiene un espacio para completar los montos dados como ahorros voluntarios. En el caso de los préstamos internos, se entrega un contrato a cada socia que incluye todas las condiciones y el plan de pago de dicho préstamo.

- CRECER ha realizado esfuerzos para simplificar los términos de los documentos impresos, en particular los contratos de crédito. Los contratos son de 3 páginas y detallan las principales condiciones crediticias utilizando un lenguaje suficientemente simple para el cliente.
- CRECER participa en el proyecto MFTransparency en Bolivia y publica sus precios.

### Principio de Protección al Cliente 4 - Precios responsables

- Los precios cobrados no son discriminatorios en términos de etnia, género, discapacidad, afiliación política, orientación sexual y religión.
- CRECER ha tomado la decisión de evitar márgenes de rentabilidad excesivos y reduce sus precios progresivamente, siendo parte de su Plan Estratégico vigente. Esto se refleja en la disminución del ROA de 5.1% en 2010 a 2.7% en 2012, en línea del promedio nacional de 1.89% a dic. 2012. Además, se monitorea la rentabilidad en términos monetarios, fijando un monto razonable para la reinversión en la institución dado las mayores inversiones por el crecimiento y los nuevos requerimientos regulatorios.
- Se ha logrado mantener un nivel razonable de rentabilidad gracias a la reducción de los costos operativos (de 26.9% en 2009 a 17.7% en 2012) generadas por las economías de escala. No obstante, aún está por encima del promedio del mercado incluyendo las instituciones reguladas (14.69% a dic.12) puesto que estas instituciones no utilizan la tecnología de la banca comunal e incluso las IFDs en su conjunto no cuentan con clientes concentrados mayoritariamente bajo la tecnología de banca comunal (65.3% de clientes en BBCC vs. 87% de CRECER).
- La productividad de los empleados (138 clientes por empleado a dic. 2012) y asesores de crédito (323 clientes por asesor) de CRECER es mejor que el promedio nacional (71 y 200 a dic.12, respectivamente). Además, el costo operativo por prestatario de CRECER (145 USD) también está por debajo del mercado (318 USD) a dic.12.
- Los precios cobrados no son excesivos y no existen costos que no sean comunicados al cliente. Tampoco se cobran comisiones ni penalidades por pago anticipado o intereses por cierre de cuentas; y la tasa moratoria respeta la ley.

### Principio de Protección al Cliente 5 - Trato justo y respetuoso de los clientes

- El código de ética institucional incluye los valores institucionales con respectiva descripción y los principios institucionales con las conductas esperadas para todo funcionario. Asimismo, el manual de cobranzas incluye las conductas que se prohíben a nivel de cualquier funcionario de CRECER.
- CRECER toma en consideración la ética y los valores institucionales en todos sus procesos de recursos humanos (reclutamiento y selección con perfiles de cargo, inducción, capacitación, evaluación de desempeño y compensación)
- En el manual de procedimiento de cobranza se indica claramente cuáles son las prácticas prohibidas de cobranza. Estas son de conocimiento del asesor de crédito y deben ser

## Ejemplos selectos de mejores prácticas

comunicadas a los clientes. Asimismo, en el procedimiento de cobranza también se detalla paso a paso lo que debe realizar el asesor para esta gestión.

- Las infracciones al manual de cobranzas y al código de ética se encuentran establecidos en el Reglamento Interno de Trabajo de CRECER de manera general. Allí se especifican sanciones que podrán ir desde un aviso verbal, una amonestación escrita, sanción pecuniaria, suspensión temporal sin goce de haber, hasta el despido sin lugar a desahucio. Dichas sanciones son de conocimiento de todo el personal.

### Principio de Protección al Cliente 6 - Privacidad de datos del cliente

- CRECER cuenta con procedimientos pertinentes para garantizar la seguridad de la información del cliente tanto en físico (política de escritorios limpios, circular y procedimiento de resguardo de carpetas) como en electrónico (perfiles de acceso, contraseñas, plan de contingencias, entre otros) y cumple con la regulación local.
- En los contratos laborales del personal, se incluye una cláusula de confidencialidad así como uno de incumplimiento que señala que, en caso de faltar a cualquier obligación bajo contrato, podrá dar lugar a las sanciones establecidas en el Reglamento Interno de Personal.
- En la solicitud de crédito se encuentra un apartado donde los clientes autorizan a CRECER a solicitar información sobre sus antecedentes crediticios y otras cuentas por pagar de carácter económico, financiero y comercial. Además, autoriza a CRECER a realizar verificaciones e indagaciones necesarias para la evaluación de su solicitud de crédito.
- En los contratos de préstamos, se cuenta con una cláusula de información en la cual se establece que los clientes autorizan a CRECER a obtener información y dar información financiera respecto a sus antecedentes crediticios, a través de ellos o de terceras personas, durante todo el tiempo que dure su relación con CRECER.
- A través de un Formulario de autorización para uso de imagen y/o información personal se solicita permiso formal a la clientela de CRECER.

### Principio de Protección al Cliente 7 - Mecanismos para resolución de quejas

- El punto de reclamo en las agencias ya se ha implementado en diciembre 2013, misma que se ha socializado a todo el personal por medio de una circular.
- En el procedimiento de atención de reclamos de CRECER se encuentran los medios descritos y las acciones concretas para la atención de reclamos, también un registro formal en su sistema de información. Además, se cuenta con la señalización en agencia para una rápida identificación del punto de reclamo por parte del cliente.
- Respecto al Call Center, los clientes reciben una respuesta dentro de un mes de la presentación de su queja. En el caso de las cartas del ASFI, lo reciben en menos de 5 días de acuerdo a ley.
- CRECER toma acciones correctivas en cuanto a la atención de los reclamos, mismos que han sido sujeto a investigaciones para conocer las causas y dar una solución al cliente.